

PERKEMBANGAN BAHASA INDONESIA DALAM STRATEGI KOMUNIKASI *COSTUMER SERVICE*

Oleh

Yulia Esti Katrini

Dosen FKIP Universitas Tidar Magelang

Abstrak

Bahasa Indonesia merupakan fenomena sosial, karena merupakan bentuk perilaku sosial yang digunakan sebagai sarana komunikasi dengan melibatkan dua orang atau lebih. Berbagai factor sosial yang berlaku dalam komunikasi seperti hubungan pesan di antara peserta komunikasi, tempat berlangsung, tujuan dan situasi komunikasi, status sosial, pendidikan, usia dan sebagainya berpengaruh dalam penggunaan lokasi.

Perkembangan bahasa Indonesia terjadi dalam strategi komunikasi customer service, terutama pada system sapaan, campue kode bahasa Indonesia, bahasa Daerah, dan bahasa Asing. Ini menunjukkan kemampuan bahasa Indonesia pada ranah ekonomi bisnis berkembang, sehinggadapat menjadi sumber inspirasi dan instrument sederhana untuk menciptakan ruang bagi pengguna bahasa berekspresi, berkreasi secara bebas dan produktif.

Perlu dipikirkan kodifikasi bahasa sehingga fungsi bahasa Indonesia benar-benar sesuai dengan kedudukannya, namun tetap komunikatif disetiap ranah kehidupan bangsa Indonesia.

Kata Kunci : Bahasa Indonesia, Strategi Komunikasi, Fungsi dan Kedudukannya

STRATEGI KOMUNIKASI *COSTUMER SERVICE*

Oleh

Yulia Esti Katrini

Dosen FKIP Universitas Tidar Magelang

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Bahasa Indonesia pada dasarnya sama dengan bahasa lain yaitu terikat pada konteks sosial budaya masyarakat penuturnya. Ia merupakan fenomena sosial sekaligus fenomena budaya. Sebagai fenomena sosial, bahasa merupakan suatu bentuk perilaku sosial yang digunakan sebagai sarana komunikasi dengan melibatkan dua orang atau lebih. Dalam hal ini berbagai faktor sosial yang berlaku dalam komunikasi seperti hubungan peran di antara peserta komunikasi, tempat komunikasi berlangsung, tujuan komunikasi, tempat komunikasi berlangsung, tujuan komunikasi, situasi komunikasi, status sosial, pendidikan, usia dan sebagainya. Juga berpengaruh dalam penggunaan bahasa.

Sedangkan sebagai fenomena budaya, budaya juga menjadi sarana mengekspresikan nilai-nilai budaya masyarakat penuturnya. Dalam situasi perkembangan budaya global tentu banyak hal yang datang dan

mempengaruhi masyarakat penutur bahasa Indonesia. Dengan teknologi informasi yang canggih, semua informasi di dunia mudah sekali diakses. Arus budaya globalpun mudah masuk dan mempengaruhi masyarakat pengaksesnya. Kemudian ada perubahan tingkahlaku dan tindak tuturnya, disini masyarakat mengalami pergeseran nilai sosial budaya dan tentu berpengaruh pada penggunaan bahasa.

Dalam masyarakat yang berkembang, bahasa Indonesia juga ikut berkembang, namun ada sedikit hal yang perlu diperhatikan, yaitu bahwa perkembangan bahasa Indonesia dalam penggunaan tidak seirama dengan perkembangan masyarakat penggunaannya. Kemampuan komunikatif ikut terbawa arus pasar bebas sehingga tidak lagi mencakup pemahaman kemampuan menggunakan bahasa Indonesia sesuai dengan konteks sosial budayanya, tetapi lebih tertumpu pada pengetahuan tentang bahasa Indonesia dan dapat sekedar menggunakannya. Pada politik kebahasaan di Indonesia sebagaimana di canangkan pusat bahasa sebagai lembaga resmi pemerintah bahwa bahasa Indonesia harus berperan strategis dalam pembentukan insan Indonesia yang cerdas kompetitif di atas fondasi peradaban bangsa. Dari sini tampak ada perbedaan arah perkembangan bahasa di lapangan dan di lembaga-lembaga seperti lembaga pendidikan, lembaga pemerintah dan instansi-instansi yang lain.

Perkembangan bahasa Indonesia di lapangan

adalah perkembangan bahasa yang terjadi dalam setiap tindak tutur diluar lembaga resmi manapun. Dengan demikian tidak ada keterkaitan peraturan apapun yang terkait dengan kaidah kebahasaan dalam situasi tertentu pada saat interaksi sosial berlangsung. Hal ini terutama ketika ada unsur ekonomi dan komersialitas menjadi tujuannya. Bentuk-bentuk kebahasaan yang dipilih adalah bentuk yang dapat menguntungkan setiap interaksi terjadi. Seperti kebijakan pemerintah dalam hal peranan bahasa Indonesia, tentu tidak akan sama dalam konteks sosial, ekonomi, politik dan terutama dalam konteks pembangunan pendidikan.

Penelitian ini akan mencoba mendeskripsikan situasi perkembangan kebahasaan dari bahasa Indonesia, terutama dalam konteks bidang ekonomi sebagai strategi komunikasi untuk tujuan transaksi dan pelayanan publik. Secara khusus pada bagaimana tindak tutur yang terjadi dalam hubungannya dengan arah perkembangan perkembangan bahasa di lapangan secara konkret.

2. Rumusan Masalah

Masalah perkembangan bahasa sangat berhubungan dengan peranan bahasa itu sendiri dalam seluruh aktivitas kehidupan pemakainya. Penelitian ini akan mengkaji perkembangan bahasa Indonesia, terutama di lapangan yang terkait dengan kegiatan perekonomian. Secara spesifik perkembangan bahasa Indonesia yang digunakan sebagai strategi komunikasi *costumer service*.

Adapun rumusan masalahnya adalah:

- a. Bagaimanakah bentuk-bentuk kebahasaan yang digunakan dalam strategi komunikasi *costumer service*?
- b. Bagaimanakah perkembangan bahasa Indonesia dari sisi tersebut?

B. KAJIAN PUSTAKA

1. Perkembangan Bahasa Indonesia

Bahasa Indonesia dipakai di seluruh Indonesia, di daerah-daerah yang berbeda latar belakang kebahasaan, kebudayaan, kesukuan dan di dalam masyarakat yang berbeda-beda pula latar belakang pendidikan serta kepentingannya. Disamping itu bahasa Indonesia yang dipakai baik secara lisan maupun secara tertulis dalam berbagai situasi dan berbagai masalah, terikat oleh tata cara hubungan sosial yang beragam pula.

Masalah bahasa adalah masalah yang menyangkut kepentingan segenap lapisan masyarakat pemakai dan pemakaiannya dalam berbagai ranah kehidupan. Oleh karena itu pengembangan dan pembakuan bahasa perlu melibatkan bukan saja ahli-ahli kebahasaan atau ahli linguistik tetapi juga segenap lapisan masyarakat pemakainya. Dari segi ranahnya, sebagaimana dinyatakan Poedjosoedarmo (2006:1), bahwa semua segi kehidupan yang dianggap modern dan dinas disampaikan dengan bahasa Indonesia. Urusan politik kenegaraan, urusan birokrasi ilmu pengetahuan dan teknologi, bisnis dan industri, kemiliteran, berita dan penerangan, dan

mahkamah peradilan, dikomunikasikan melalui bahasa Indonesia. Oleh karena itu di perlukan pengembangan tata istilah yang sesuai dengan perkembangan ranah kehidupan di negeri ini.

Untuk kepentingan kelangsungan usaha pembakuan dan pengembangan bahasa Indonesia, sudah pada tempatnya memanfaatkan metode, teknik dan hasil-hasil yang telah dicapai sociolinguistik.

2. Pemanfaatan Sociolinguistik

Sociolinguistik merupakan ilmu yang mempelajari ciri dan pelbagai variasi bahasa, serta hubungan diantara para bahasawan dengan ciri fungsi variasi bahasa itu didalam suatu masyarakat (Kridalaksana, 1988: 98). Sedangkan Nababan (1984:2) menyatakan sociolinguistik sebagai pengajian bahasa dengandimensi kemasyarakatan bahasa dalam hubungannya dengan penuturnya sebagai anggota masyarakat. Variasi dan kebahasaan yang berhubungan dengan faktor-faktor sosial.

Jadi sociolinguistik merupakan cabang linguistik yang bersifat interdisipliner dengan ilmu sosiologi, dengan objek kajian hubungan antara bahasa dengan faktor-faktor sosial di dalam suatu masyarakat tutur. Studi tentang siapa yang berbicara kepada siapa, kapan dan dengan bahasa apa.

Terkait dengan pemanfaatan sociolinguistik,

karena perkembangan suatu bahasa sangat ditentukan oleh bagaimana bahasa tersebut digunakan oleh masyarakatnya. Secara spesifik setiap orang memiliki kekhasan sendiri-sendiri dalam berbahasa (berbicara dan menulis) baik meliputi pilihan kata, penataan sintaksis disebut idiolek. Secara linguistik setiap bahasa dapat terdiri dari sejumlah dialek dan setiap dialek terdiri sejumlah subdialek dan idiolek.

Dalam pemanfaatan sociolinguistik untuk penelitian ini karena mempertimbangkan bahwa perkembangan bahasa Indonesia ini akan dikaji dari penggunaannya oleh sekelompok aktivitas interaksi sosial dalam bentuk strategi komunikasi. Seperti yang dikemukakan oleh Chaerdan Agustina (2004:34-35) tentang pandangan bahasa dari beberapa ahli. Ferdinand de Saussure membedakan bahasa sebagai sebuah sistem yang sifatnya abstrak (*langue*) dan bahasa dalam penggunaannya secara nyata di dalam masyarakat yang biasa disebut tuturan (*parole*) sedangkan Chmsky membedakan bahasa menjadi kompetensi (*Competence*) dan performan (*performance*). Yang dimaksud kompetensi adalah kemampuan yaitu pengetahuan yang dimiliki pemakai bahasa mengenai bahasanya, sedangkan performan adalah perbuatan berbahasa atau pemakaian bahasa itu sendiri dalam situasi yang sebenarnya didalam masyarakat.

Sementara itu Halliday tidak secara eksplisit

membedakan bahasa sebagai sistem dan bahasa sebagai ketrampilan tetapi dia menyebutnya sebagai kemampuan komunikatif (*Communicative Competence*) yaitu perpaduan antara keduanya. Kemampuan komunikatif adalah kemampuan bertutur atau kemampuan menggunakan bahasa sesuai dengan fungsi dan situasi serta norma-norma penggunaan bahasa dengan konteks situasi dan konteks sosialnya. Disebut berkemampuan komunikatif seseorang harus:

- a. Mempunyai kemampuan membedakan kalimat yang gramatikal dan yang tidak gramatikal.
- b. Mampu memilih ungkapa yang sesuai dengan tingkah laku dan situasi.
- c. Mempunyai kemampuan memilih bentuk-bentuk bahasa sesuai keperluannya.
- d. Tidak hanya dapat menginterpretasikan makna referensial (makna acuan) tetapi juga dapat menafsirkan makna kontekstual dan makna situasional
- e. Semua orang mempunyai kemampuan komunikatif dalam gradasi yang berbeda-beda.

Dengan memanfaatkan sosiolinguistik, ada banyak sisi perkembangan bahasa dapat dikuak, terutama yang terjadi di lapangan.

3. Campur Kode

Dalam interaksi sosial dapat dilihat begitu banyak perbedaan penggunaan bahasa satu orang dengan orang yang lain, atau suatu kelompok dalam urusan yang berbeda pula. Dengan demikian akan muncul varian bahasa yang disebut register yang sesungguhnya merupakan bagian dari kode tutur dan kode tutur sendiri sebetulnya merupakan varian bahasa yang secara riil dipakai oleh masyarakat bahasa yang bersangkutan.

Sedangkan campur kode sebagaimana dinyatakan oleh Chaer dan Agustina (2004 : 114) adalah penggunaan dua bahasa dalam satu tuturan, dimana ada sebuah kode utama atau kode dasar yang digunakan dan memiliki fungsi serta keotonomian, sedangkan kode-kode yang lain yang terlibat dalam peristiwa tutur itu hanyalah berupa serpihan-serpihan (*peces*), saja, tanpa fungsi dan keotonomian sebagai sebuah kode. Penggunaan bagian dari bahasa lain itu memang dioerlukan, sehingga tidak dianggap kesalahan atau penyimpangan. Sementara pengertian tentang campur kode yang lain adalah sebagai suatu sistem tutur yang penerapan unsur bahasanya mempunyai ciri-ciri khas sesuai dengan latar belakang di penutur, relasi penutur dan lawan bicara dengan situasi tutur yang ada. Jadi dalam kode itu terdapat suatu pembatasan umum yang membatasi pemakaian unsur-unsur itu memiliki keistimewaan-keistimewaan, yang antara lain terdapat pada bentuk, distribusi dan frekuensi pemakaian unsur bahasa itu.

C. METODE PENELITIAN

Metode penelitian bahasa Indonesia dalam strategi komunikasi *customer service* dibagi dalam tahap yaitu tahap pengumpulan data dan tahap analisis data.

1. Pengumpulan data

Pengumpulan data dilakukan sesudah rancangan penelitian di susun. Pengumpulan data dinyatakan selesai kalau data yang terkumpul sudah diklasifikasikan dan siap dianalisis. Pengumpulan data dilakukan melalui percakapan dan penyimakan.

Data dapat dikumpulkan lewat percakapan atau kontak antara peneliti dengan informan. Pengumpulan data dengan cara demikian disebut pengumpulan data dengan menggunakan metode cakap. Dalam ilmu-ilmu sosial, metode cakap itu terkenal dengan istilah metode wawancara atau metode interview. Data yang dikumpulkan melalui percakapan adalah data yang berasal dari bahasa lisan.

Metode cakap diwujudkan lewat teknik dasar dan teknik lanjutan. Teknik dasarnya adalah teknik pancing, sedangkan teknik lanjutannya adalah teknik cakap bertemu muka.

Dalam penelitian ini peneliti melakukan observasi langsung dan terlibat bersama pra informan. Namun demikian karena yang dilihat adalah strategi komunikasi yang dilakukan *costumer service*, maka keterlibatan itu hanya untuk menciptakan suasana alami yang terjadi ketika interaksi sosial dalam transaksi mereka lakukan.

Jadi komunikasi itu antara *costumer service* dalam melayani pelanggan atau konsumennya.

Metode pengumpulan data ini lebih banyak dilakukan dengan menyimak penggunaan bahasa antara dua orang atau lebih. Kemudian dilakukan pencatatan pada kartu data.

2. Analisis Data

Analisis data dilaksanakan sesudah data yang terjaring atau terkumpul diklasifikasikan. Klasifikasi data dilakukan sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti, dibuat agar ada kemudahan dalam pelaksanaan analisis data.

Metode analisis data dapat dipilah menjadi dua jenis menurut letak alat penentunya, yaitu metode padan dan metode agih. Dalam penggunaannya, metode analisis data dengan metode padan dipilih metode padan. Referensial yaitu metode padan yang alat penentunya berupa referen bahasa. Referen bahasa adalah kenyataan atau unsur luar bahasa yang ditunjuk satuan kebahasaan (Krida Laksana, 2001: 186). Metode padan referensial itu digunakan untuk menentukan identitas satuan kebahasaan menurut referen yang ditunjuk. Sedangkan metode agih atau metode distribusional adalah metode analisis yang alat penentunya ada di dalam dan merupakan bagian dari bahasa yang diteliti (Sudaryanto, 1993:15). Kalau yang diteliti adalah satuan kebahasaan dalam bahasa Indonesia, misalnya alat penentunya adalah satuan kebahasaan lain

yang ada dalam bahasa Indonesia pula.

Data kebahasaan di atas berbentuk dialog antara dua orang yang menggunakan bahasa Indonesia. Namun dapat diperhatikan adanya unsur-unsur di luar bahasa yang menjadi penanda ragam, baik identitas, sikap dan lain-lain. Di samping itu ada campur kode dengan bahasa asing yang nanti dapat dianalisis secara sosiolinguistik untuk melihat perkembangan bahasa Indonesia di lapangan terkait dengan interaksi sosial dan strategi komunikasi.

D. BAHASA INDONESIA DALAM PERKEMBANGAN

Pada suatu aktivitas tindak tutur dalam kehidupan sehari-hari seseorang melakukan pembicaraan dengan mengirimkan kode-kode pada lawan atau mitra bicaranya. Kode-kode yang dihasilkan oleh tuturan tersebut harus dimengerti oleh kedua belah pihak. Oleh karena itu pembicaraan akan menjadi berlanjut atau berhenti. Sebagaimana di nyatakan Pateda (1991: 84). Didalam proses pengkodean jika mitra bicara atau pendengar memahami apa yang dikodekan oleh pembicara, maka ia pasti akan mengambil keputusan dan bertindak sesuai dengan apa yang disarankan oleh pembicara. Tindakan itu misalnya dapat berupa pemutusan pembicaraan atau pengulangan pertanyaan, kelanjutan pembicaraan dan sebagainya.

Dalam percakapan sehari-hari sering dijumpai penggunaan bahasa Indonesia yang berbeda-beda untuk

kepentingan tertentu yang berbeda pula. Varian bahasa., dalam hal ini bahasa Indonesia seperti itu disebut register. Jadi register adalah varian bahasa yang perbedaannya ditentukan oleh peristiwa bicara (*Speech event*). Register tidak ditentukan oleh unsur-unsur bahasa yang perbedaannya ditentukan oleh unsur seperti fonem, morfem, kalimat, leksikon maupun tipe struktur wacana secara keseluruhan, karena ragam, tingkat tutur dan register merupakan kode tutur. Hal inilah yang akan dipaparkan sebagai salah satu bentuk perkembangan bahasa Indonesia di lapangan, terutama dalam strategi komunikasi oleh customer service.

1. Strategi Komunikasi Customer Service

Perkembangan bahasa Indonesia dalam mengemban fungsinya sebagai alat komunikasi sangat beragam, sesuai dengan jenis komunikasi, yang dipengaruhi oleh beberapa faktor. Adapun faktor-faktor itu diantaranya jenis kegiatan, tujuan komunikasi dan orang-orang yang terlibat dalam komunikasi tersebut.

Berhasil atau tidaknya kegiatan komunikasi secara efektif ditentukan oleh strategi komunikasi yang dibuat oleh orang yang berkepentingan didalamnya. Seorang *Customer Service* (LC), dalam proses persetujuan perbaikan dan penawaran barang harus menentukan strategi komunikasi yang sekiranya dapat digunakan untuk mencapai tujuan, yakni pelanggan memahami, menyetujui, dan akhirnya melakukan perbaikan hand phone atau membeli produk yang

ditawarkan.

Kemampuan berbahasa seorang petugas customer service sangat dibutuhkan, terutama dalam kegiatan yang ditujukan untuk memberikan kepuasan melalui pelayanan secara memuaskan kepada pelanggan. Pelayanan yang diberikan termasuk menerima serta memahami keluhan dan pengaduan pelanggan.

Strategi komunikasi sangat dibutuhkan seorang customer service untuk menghadapi karakter dan keperluan pelanggan/konsumen. Pelanggan yang datang mempunyai karakteristik yang berbeda satu dengan yang lain, sehingga seorang *Customer Service* (LC), harus dapat segera menentukan strategi yang dipilih.

a. Kalimat Sapaan

Menyapa pelanggan dengan menggunakan kalimat-kalimat sapaan umum, sangat baik untuk memulai interaksi sosial yang bertujuan menciptakan suasana akrab. Hal ini yang diterapkan oleh para Customer Service dalam sistem kerja mereka. Sapaan diberikan pada awal dan akhir interaksi yang dilakukan.

Data 01, Kamis, 19 November 2010 jam 13.30

CS : " Selamat siang mBak, ada yang bisa saya bantu?"

KS : "Iya mBak, ini hpku itu mati, nggak bisa di hidupkan".

CS : " Coba saya lihat hpnya dulu, seri apa?".

KS : " Ini mBak" (Sambil memberikan hp)

- CS : "O..ini N73, memang mBak ini sudah banyak yang complain, ini biasa dipakai untuk foto-foto atau buka internet?"
- KS : "Ya, sering".
"Sering untuk nyimpan foto, buka email, tahu-tahu kemarin itu koq mati ya."
- CS : "Sekarang kita lihat ya mBak. Ini baterainya masih bagus koq, jadi kemungkinan kena virus internet. Kalau begini empat hari ya, servicenya selama empat hari, kebetulan dua tehniisi kami cuti, jadi harus ngantri."
- KS : "Nggak apa-apa, kapan jadinya Senin apa Selasa?"
- CS : "Ini kan maksimal empat hari, jadi kalau sebelum empat hari selesai, kami menilpon. Ini silahkan mengisi formulis ditulis nomor telponnya yang bisa kami hubungi. Ini baterai dan cip saya kembalikan. HP ditinggal untuk di *up grade*, untuk biaya cervis Rp. 180.000 (Seratus delapan puluh ribu), itu belum ditambah kalau ada sperpat yang harus di ganti. Dibayarkan besok ketika diambil". Ini baterai, cip dan formulir saya masukan jadi satu, (ditempatkan di plastik) besok dibawa ketika mengambil."
- KS : "Ya, terimakasih mBak".
- CS : "Terimakasih kembali, sudah mengunjungi

Nokia Service Center dan atas kunjungannya".

Kalimat-kalimat seperti "*Selamat siang*", "*Selamat pagi*", "*Selamat sore*", "*Selamat malam*" merupakan kalimat sapaan yang selalu terdapat pada tuturan awal dalam interaksi yang terjadi. Suasana akrab kemudian dijalin dengan kalimat berikut yang hampir sama pada penyambutan pelanggan atau konsumen, misalnya: "Ada yang bisa saya bantu?", "Silahkan duduk". Selain itu untuk menunjukkan pelayanan yang baik, kata "maaf" juga selalu mengawali pernyataan-pernyataan maupun informasi bagi pelanggan atau konsumen bila kalimat berikutnya menyebabkan konsumen harus melakukan sesuatu terkait dengan pembayaran, harus meninggalkan barangnya, atau sesuatu yang kemudian harus dilakukan. Atau sebaliknya seorang customer service tidak dapat melakukan apa-apa dalam melayani konsumen, karena diluar atauran yang ada.

Interaksi dengan kalimat sapaan terkait dengan waktu, pelayanan menandakan keinginan adanya hubungan yang akrab dan familier. Karena itu juga tampak adanya kata-kata penyerta komunikasi yang menunjukkan perlakuan lebih tinggi pada konsumen maupun pelanggan, seperti: maaf, terima kasih yang kemudian diikuti atau disambung sampai jumpa, terimakasih sudah

mengunjungi counter kami, kita tunggu kedatangannya dan sebagainya. Perhatikan contoh-contoh berikut:

b. Campur Kode

Campur kode merupakan hal yang tidak bisa di hindari dalam interaksi sosial, terlebih dalam strategi komunikasi yang dilakukan oleh para costumer servis. Meskipun demikian jelas bahwa yang mempunyai kode utama adalah bahasa Indonesia. Namun masuknya kata-kata asing yang sangat berhubungan dengan transaksi penjualan dan servis hand phone selalu terjadi. Terjadinya campur kode mempunyai beberapa faktor yang antara lain (1) memperhalus maksud tuturan demi kesopanan pelayanan, (2) Istilah dalam bahasa asing lebih mudah di ingat dan mempunyai makna yang stabil terkait dengan benda-benda elektronik dan prosesnya, (3) menunjukkan pengetahuan yang luas dan terkesan modern dengan bahasa asing dalam strategi penjualan hand phone.

Adapun campur kode yang terjadi pada saat costumer servis bertugas dapat berupa berupa penggunaan kata-kata lepas atau kata dasar, dapat pula, berbentuk gabungan kata asing dengan proses morfologis bahasa Indonesia, dapat pula campur kode dengan bahasa daerah.

b.1. Campur Kode Kata Asing

Dalam interaksi untuk penjualan dan

perbaikan hand phone, kata-kata asing asing yang sering masuk dalam komunikasi adalah dari bahasa Inggris. Beberapa contoh penggunaan dalam strategi komunikasi costumer service antara lain:

Data 02

CS : "Maaf Ibu, kalau charger tidak bisa di servis, tapi kalo selama enam bulan dari tanggal pembelian dapat di replace, tapi harus kita kirim ke Jakarta diganti charger baru".

CS : "Coba saya lihat imeinya dulu ya Bu, untuk di cek masa garansi yang ada di data base kita".

Data 04

CS : "Saya bongkarnya dulu ya".
"Mas ini vibratnya lepas dan tegangannya sudah short, jadi harus di ganti".

Data 03

CS : "Ini Yoysticknya kita ganti, untuk pembayarannya cash pak?"

KS : "Ta cash saja, kalo pakai card bisa?"

Data 07

CS : "Maaf, sebelumnya Adik sudah jadi member?"

KS : "Belum member apa?"

CS : "Begini, kalau Adik mau install

Aplikasi gratis sebelumnya harus jadi member dulu. Disini biayanya Rp. 100.000 untuk satu tahun".

Dari data di atas tampak bahwa costumer servis melakukan campur kode dengan menggunakan kata-kata dari bahasa Inggris seperti: Charger, Yoysticknya, cash, member, original, trouble, card, handfree, sales packe aged, memory dan sebagainya. Kata-kata tersebut sering di gunakan karena biasanya mudah diingat, akrab dengan barangnya dan lebih stabil maknanya. Disamping itu tentu ada harapan bahwa konsumen atau pelanggan mudah memahami makna yang disampaikan costumer servis. Hal ini juga merupakan strategi komunikasi yang digunakan agar costumer servis dapat menerangkan permasalahan yang berhubungan dengan hand phone dan menunjukan keistimewaan-keistimewaan suatu produk yang memang lebih banyak menggunakan bahasa Inggris.

b.2. Proses Morfologis yang terjadi

Dalam interaksi antara costumer servis dan pelanggan atau konsumennya, sering terjadi campur kode proses morfologis. Artinya kata-kata yang digunakan sebagai bagian strategi komunikasi dibentuk dengan

menggunakan afiks bahasa Indonesia tetapi kata dasarnya adalah bahasa Inggris. Misalnya kata-kata seperti: direplace, driturn, di install, internetan, imeinya, vibratnya. Yang terdapat dalam data dibawah ini.

Data 02

CS : "Maaf Ibu, kalau Charger tidak bisa diservis, tapi kalo selama enam bulan dari tanggal pembelian dapat direplace.

CS : "Coba saya lihat imeinya dulu ya Bu. Untuk dicek masa garansi yang ada di data base kita".

KS : "Saya beli hpnya baru dua bulan, berarti bisa diretur dong mBak?"

Data 01

CS : "Sering untuk internetan ya mBak?".

Kata-kata seperti yang terdapat pada tuturan diatas yaitu di replace, imeinya diretur dan internetan, merupakan kata yang dibentuk sesuai kaidah bahasa Indonesia. Namun disini tampak bahwa suasana komunikasi yang disisipi bahasa Inggris baik dari pihak costumer servis maupun konsumen atau pelanggan sama-sama paham. Kata-kata tersebut sudah akrab digunakan dalam komunikasi tutur di dunia perdagangan alat-alat elektronik khususnya hand phone. Artinya

bahwa kata *replace* untuk menyatakan diganti atau ditukar demikian pula kata *diretur* untuk menyatakan dikembalikan. Disini tampak bahwa penggunaan kata-kata Inggris merupakan hal yang sudah biasa sebagai bentuk campur kode atas kepahaman pemakaiannya terhadap bahwa tersebut. Meskipun demikian yang menjadi kode utama tetap bahasa Indonesia.

b. Perkembangan Bahasa Indonesia

i. Perkembangan Secara umum

Dalam sejarah terbentuknya intelektualisme, bahasa selalu menjadi bagian penting yang tidak terpisahkan dari setiap upaya pembentukan karakter dalam konteks yang luas. Dengan demikian penguasaan bahasa yang baik, dapat menjadi salah satu barometer untuk mengukur pola pikir dan tingkah laku seseorang maupun kedalaman pemahamannya terhadap sebuah fenomena tertentu. Bahasa juga merupakan media sosialisasi paling menonjol didalam mendorong perkembangan ilmu pengetahuan. Oleh karena itu, tidak dapat disangkal bahwa di dalam berbagai konteks perkembangan kehidupan sangat berhubungan dengan bagaimana menggunakan bahasa sebagai katalisator penting didalam konteks perkembangan keilmuan yang lebih luas.

Sebagai alat ukur perilaku, bahasa sekaligus

menjadi ciri kuat yang menandai karakter seseorang secara individual. Oleh karena itu, seiring dengan makin kuatnya peran dan fungsi bahasa sebagai jembatan transformasi ilmu pengetahuan dan teknologi, ekonomi, sosial dan budaya, perkembangan bahasa tidak dapat diabaikan.

Bahasa Indonesia sebagai bahasa pengantar utama dalam penyelenggaraan negara di Indonesia, juga harus memiliki fungsi-fungsi strategis terutama dalam konteks pembangunan sumber daya manusia yang cerdas dan kompetitif. Tentu hal ini sesuai dengan kebijakan pusat bahasa sebagai lembaga resmi yang mempunyai legitimasi dalam pengendalian perkembangan bahasa Indonesia. (Sugondo, 2008). Pengembangan bahasa Indonesia dalam konteks kultural, sosial, politik dan juga pendidikan nasional maupun dalam pergaulan yang lebih luas harus didukung oleh seluruh masyarakat Indonesia.

Perkembangan bahasa Indonesia di lapangan memang cukup menggembirakan. Berkat pengajaran bahasa Indonesia di seluruh jenjang pendidikan, maka semua warga negara Indonesia yang pernah mengenyam pendidikan pada tingkat manapun telah dapat berbahasa Indonesia. Tentu dalam gradasi yang berbeda-beda, menurut kemampuan dan pemahaman masing-masing. Hanya setidaknya mereka dapat menggunakan sebagai alat komunikasi meskipun secara sederhana. Selain itu ada faktor-faktor lain

yang dapat mempengaruhi seseorang tatkala harus menggunakan bahasa Indonesia sebagai alat komunikasi dalam interaksi sosial.

ii. Perkembangan Secara Khusus

Dalam perkembangan yang lebih spesifik, dilapangan misalnya pada ranah ekonomi bisnis, terutama transaksi penjualan dan reparasi hand phone, bahasa Indonesia harus mampu menjadi sumber inspirasi dan instrumen sederhana untuk menciptakan ruang bagi pengguna berekspresi dan berkreasi secara bebas dan produktif.

Tingkatan penggunaan bahasa Indonesia yang taat azas berdasarkan aturan baku, dalam pengertian menurut sistematika yang jelas dan mencerminkan pola pikir runtut pastilah tidak dapat dipenuhi. Munculnya kreatifitas yang menekankan aspek komunikasi secara lebih sederhana, dalam penggunaan praktis dan tehnik tentu berlangsung sesuai tujuan yang ingin dicapai.

Di Indonesia, bahasa Inggris tampaknya disepakati sebagai bahasa asing yang harus dipelajari di sekolah-sekolah. Disamping berguna untuk mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, bahasa Inggris sangat berguna sebagai bahasa pengantar antar bangsa di bidang bisnis dan politik. Oleh karena itu perlu mendapat perhatian khusus, agar semua yang terjadi sebagai bentuk

perkembangan dapat dipantau demi keselarasan fungsi dan kedudukan bahasa Indonesia.

Sejalan dengan proses globalisasi, pengaruh bahasa Inggris semakin terasa. Leksikon bahasa Inggris sering muncul di berbagai ranah kehidupan seperti dalam kehidupan ilmu pengetahuan dan teknologi, bisnis dan keuangan, politik, seni dan sebagainya. Kata dan idiom itu di gunakan bukan saja karena memang diperlukan, melainkan juga karena dorongan prestise belaka. Di kota-kota orang lebih suka menggunakan nama asing untuk nama toko dan perusahaan dan juga untuk iklan. Dengan demikian kita jumpai nama-nama seperti: Parsley Bakery & Cake Shop, Gardena Departemen Store, Valentine Modiste, Islamic Books Fair, Am Phone Celluler.

Beberapa orang terkenal sering memunculkan frase-frase interjeksi dan pepatah dalam bahasa Inggris, bukan karena dipelukan, melainkan sekedar untuk mengesankan bahwa mereka adalah orang-orang yang bergengsi. Kebiasaan seperti ini sebetulnya tidak dilakukan oleh mereka yang memang sudah menguasai bahasa Inggris dengan baik, melainkan oleh mereka yang penguasaannya masih setengah-setengah.

Demikian pula yang terjadi pada strategi komunikasi oleh Costumer servise, mereka menggunakan istilah-istilah dalam bahasa Inggris yang ada dalam keterkaitannya dengan penjualan

hand phone. Meskipun apabila dihitung dengan presentase penggunaan bahasa Inggris itu masih sedikit dibanding bidang yang lain, namun ada baiknya pemangku kepentingan perkembangan bahasa Indonesia di lapangan perlu memperhatikan. Karena setiap perkembangan bahasa yang digunakan untuk berkomunikasi berkaitan dengan berbagai tujuan dan kepentingan, tidaklah bersikap negatif terhadap penggunaan bahasa Inggris di ranah tertentu. Demikian pula di ranah bisnis terutama penjualan hand phone yang memang sebagian besar produk dari luar sehingga hampir semua keterangan, penjelasan maupun peraturan penggunaan bahasa Inggris. Meskipun demikian tampak usaha yang menggembirakan dengan adanya hand phone yang telah dilisensi dengan keluasaan instruksi bahasa Indonesia, sehingga memudahkan orang-orang Indonesia khususnya generasi tua untuk menggunakannya. Memang ada alasan-alasan tertentu seperti praktis, mudah diingat, sesuai dengan fungsi dan nama barang, mengapa para customer servis lebih senang menggunakan bahasa Inggris.

E. PENUTUP

5.1. Kesimpulan

- 1) Bahasa Indonesia merupakan bahasa yang terus berkembang sejalan dengan perkembangan masyarakatnya. Oleh karena itu tidak memperkokoh kedudukan dan fungsinya. Sebagai bahasa persatuan, bahasa resmi negara terutama sebagai alat komunikasi, harus diperkaya sehingga lancar penggunaannya. Untuk melaksanakan hal itu, sebagaimana di nyatakan Poedjosoedarmo (2001), butir leksikon yang diperlukan supaya terus diciptakan dan ditambahkan, demikian pula butir morfosintaksis dalam kaitannya dengan kalimat dan wacana sehingga menjadi lebih efisien. Cara mengefisienkan dan memperkaya bahasa yaitu dengan menggunakan di berbagai ranah kehidupan, penerbitan hasil riset dan analisis di berbagai ilmu, penerbitan karya sastra yang bermutu, penerbitan buku teks yang bertaraf internasional serta karya terjemahan terus digalakkan dan sampai kepada masyarakat. Hal ini tentu akan sangat membantu untuk pencermatan penggunaan dan makna butir-butir leksikon dan butir-butir morfosintaksis yang terasa bersaing dan bersinonim untuk ini penelitian yang cermat perlu dilakukan.
- 2) Penempatan bahasa Inggris seperti sekarang ini kiranya sudah baik. Bahasa Inggris diperlakukan sebagai bahasa asing yang penting dan diajukan pada

sekolah dasar kelas atas dan seterusnya. Penguasaan bahasa Inggris sejak dini memang bagus sehingga orang Indonesia akan lebih dapat berhubungan dengan orang asing secara komunikatif. Namun hal ini jangan sampai mempunyai dampak negatif karena tingkat kesulitan yang tinggi kemudian beranggapan bahwa bahasa Inggris lebih bagus dari bahasa Indonesia. Apalagi didasarkan pada anggapan bahwa tidak semua orang dapat berbahasa Inggris. Mempelajari bahasa asing dalam hal ini khususnya bahasa Inggris secara benar dan leksikon terus menerus akan dapat memilah-milah secara benar penempatannya dalam penggunaan, ketika dalam satu satuan waktu bahasa Indonesia harus digunakan.

- 3) Perkembangan kehidupan masyarakat Indonesia telah mengalami perubahan, terutama yang berkaitan dengan tatanan kehidupan dunia dan perkembangan ilmu pengetahuan serta teknologi, khususnya teknologi informasi. Kondisi ini telah menempatkan bahasa asing pada posisi strategis yang memungkinkan bahasa itu memasuki perkembangan kehidupan bangsa dan mempengaruhi perkembangan bahasa Indonesia. Keadaan ini telah membawa perubahan perilaku masyarakat dalam bertindak dan berbahasa. Dalam penelitian ini dibuktikan oleh perkembangan bahasa Indonesia di dunia bisnis terutama penggunaan para customer servis.

5.2. Saran

- 1) Dalam perspektif multikultural pada era globalisasi perkembangan bahasa Indonesia harus di kembalikan untuk dapat memainkan peran filosofis dan politis terkait pembentukan kepribadian bangsa. Disamping itu harus dapat memainkan peran strategis untuk menyiapkan sumber daya manusia Indonesia dalam memasuki tatanan kehidupan baru globalisasi.
- 2) Penggunaan bahasa asing makin mendesak ruang penggunaan bahasa Indonesia, hal ini tampak pada gejala perubahan perilaku masyarakat dalam bertindak dan berbahasa. Untuk itu perlu di lakukan penanganan secara sungguh-sungguh, berencana dan berkelanjutan. Upaya yang harus dilakukan antara lain melalui percepatan laju pengembangan kosa kata dan istilah agar bahasa itu mampu memenuhi tuntutan keperluan sebagai sarana pikir, ekspresi dan sarana komunikasi masyarakat penuturnya dalam berbagai bidang kehidupan modern termasuk bidang bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, Hasan dkk. 2001. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Bakker, Anton. 19986. *Metode-metode Filsafat*. Jakarta. Gladi.
- Djajasudarma, T. Fatimah. 1993. *Metode Linguistik: Rancangan Metode Penelitian dan Kajian*. Bandung. PT. Lresco.
- Halim, Amran (Ed). 1984. *Fungsi Politik Bahasa Nasional*. Jakarta: PN Balai Pustaka.
- Kridalaksana, Harimurti. 1984. *Kamus Linguistik*. Jakarta: Gramedia.
- Kusuma, Tri Mastoyojati. 1007. *Pengantar (Metode) Penelitian Bahasa*. Yogyakarta: Carasvakibooks.
- Pateda, Mansyur. 1991. *Sosiolinguistik*. Jakarta: Gramedia.
- Mahsun. 2005. *Metode Penelitian Bahasa : Tahapan Strategi, Metode dan Tekniknya*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Podjosedarmo, Supomo. 2006. *Strategi Peningkatan Bahasa Indonesia dalam Era Global*, Makalah Seminar Nasional Bahasa Indonesia, 17 Juli 2006 di Universitas Tidar, Magelang.
- Sudaryanto, 1993. *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa: Pengantar Penelitian Wacana Kehidupan Secara Linguistik*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press.
- Sugono, Dendi. 2008. "Peran Bahasa Indonesia dalam Mencerdaskan Anak Bangsa" Makalah Seminar Universitas Negeri Semarang, 2 Mei 2008.